

УДК 159.9.07

DOI: 10.34670/AR.2026.61.37.012

Киберагрессия в комментариях к видео ВКонтакте: роль контента и психологические механизмы

Жулебин Николай Викторович

Аспирант,
факультет общей и клинической психологии,
Московская международная академия,
115184, Российская Федерация, Москва, ул. Новокузнецкая, 25;
e-mail: Zhulebin@mail.ru

Аннотация

В статье представлены результаты эмпирического исследования психологического содержания комментариев к 20 видео на платформе VK Video (N = 1661). С помощью авторской двухуровневой классификации выделены шесть макрокатегорий коммуникативных интенций: агрессия и обесценивание, юмор и ирония, информационный обмен, статусное доминирование, поддержка и аффилиация, эмоциональная разрядка. Показано, что доля агрессии варьирует от 0 до 48,3% в зависимости от тематики видео. Спортивно-фитнес контент демонстрирует умеренную агрессию (M = 22,5%) при высокой поддержке (M = 42,1%), научно-популярные видео — сопоставимый уровень агрессии (M = 26,2%), а неспортивный развлекательный контент — максимальную агрессию (M = 37,0%) при минимальной поддержке (M = 12,4%). Обнаружена сильная отрицательная корреляция между долями агрессии и поддержки (r Спирмена = $-0,83$; $p < 0,001$). Качественный анализ выявил ряд психологических эффектов: онлайн-расторможенность, групповую поляризацию, эффект «токсичного пузыря» и др. Обсуждаются практические выводы для модерации интернет-сообществ.

Для цитирования в научных исследованиях

Жулебин Н.В. Киберагрессия в комментариях к видео ВКонтакте: роль контента и психологические механизмы // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2026. Т. 15. № 4А. С. 86-92. DOI: 10.34670/AR.2026.61.37.012

Ключевые слова

Киберагрессия, интернет-комментарии, социальные сети, психологический профиль, контент-анализ, онлайн-расторможенность, групповая поляризация, кибербуллинг, психология интернет-коммуникации.

Введение

Киберагрессия — одна из центральных проблем современной интернет-коммуникации [Suler, 2004; Kowalski, Limber, Agatston, 2012]. Анонимность, физическая дистанцированность и отсутствие немедленной обратной связи способствуют растормаживанию агрессивных импульсов [Anderson, Bushman, 2002]. Особую актуальность приобретает изучение агрессии в комментариях к видеоконтенту, где зрители реагируют не только на тему, но и на личность автора или героя [Burgess, Green, 2018]. Цель настоящего исследования — выявить факторы, определяющие уровень агрессии в комментариях к видео ВКонтакте, и описать психологические механизмы, лежащие в основе агрессивного комментирования.

Методика

Выборка. Проанализирован 1661 комментарий к 20 видео, размещённым на платформе VK Video. Видео были разделены на три тематических кластера: спортивно-фитнес контент (11 видео; $n = 784$), научно-популярный и документальный (7 видео; $n = 730$) и неспортивный развлекательный (2 видео; $n = 171$). Два видео с очень малым числом комментариев ($n < 10$) не включались в статистические сравнения.

Теоретическое обоснование классификации. Разработанная система макрокатегорий опирается на несколько научных традиций. Во-первых, это теория интенциональности в психологии дискурса, согласно которой всякое высказывание реализует определённую коммуникативную интенцию (намерение) говорящего. Во-вторых, модель онлайн-расторженности Дж. Сулера [Suler, 2004], описывающая снижение психологических барьеров в анонимной интернет-среде и, как следствие, усиление агрессивных и экспрессивных форм коммуникации. В-третьих, исследования психологии интернет-комментирования, в которых выделяются основные мотивы пользователей: информационный обмен, социальная поддержка, развлечение (юмор), самоутверждение (статусное доминирование) и эмоциональная разрядка. Интеграция этих подходов позволила сформировать шесть макрокатегорий, охватывающих весь спектр наблюдаемых интенций.

Выделение трёх жанровых кластеров основано на работах по типологии видеоконтента и исходит из доминирующей темы ролика — спорт и фитнес, наука и документалистика или неспортивное развлечение.

Процедура. Разработана двухуровневая система классификации. На первом уровне фиксировались тональность (позитивная, негативная, нейтральная, амбивалентная) и цель высказывания. На втором уровне реконструировалась доминирующая интенция, на основе которой выделено шесть макрокатегорий:

1. Агрессия и обесценивание — оскорбления, обличения, насмешки, принижение личности или результатов.

2. Юмор, игра и ирония — незлобные шутки, мемы, ироничные наблюдения без перехода на личность.

3. Информационный обмен — запрос или предоставление фактической информации, конструктивные вопросы.

4. Статусное доминирование — демонстрация превосходства через экспертное мнение, морализаторство.

5. Поддержка и аффилиация — благодарность, похвала, защита авторов от нападок.

6. Эмоциональная разрядка — выражение разочарования, скуки без конкретного объекта атаки.

Валидизация проведена двумя независимыми кодировщиками на случайной подвыборке из 200 комментариев; k Коэна = 0,78. Спорные случаи обсуждались коллегиально. Для оценки связи категорий применялся коэффициент ранговой корреляции Спирмена.

Результаты

Распределение макрокатегорий. Индивидуальные профили 20 видео представлены на рисунке 1.

№ видео (N)	Кластер	Агрессия	Юмор	Инфообмен	Статус	Поддержка	Эмоц. разрядка
1 (49)	С	30,6	14,3	16,3	10,2	24,5	4,1
2 (209)	С	34,4	26,3	17,7	13,4	5,7	2,4
3 (6)	Н	—	—	66,7	16,7	16,7	—
4 (52)	С	9,6	3,8	17,3	9,6	57,7	1,9
5 (142)	Р	34,5	12,7	23,9	16,9	8,5	3,5
6 (127)	Н	44,1	19,7	12,6	11,8	7,9	3,9
7 (236)	Н	33,1	8,5	15,7	11,9	28,4	2,5
8 (101)	Н	29,7	12,9	15,8	10,9	26,7	4,0
9 (74)	Н	40,5	5,4	8,1	8,1	36,5	1,4
10 (106)	Н	11,3	7,5	17,0	2,8	60,4	0,9
11 (17)	С	—	—	11,8	5,9	82,4	—
12 (202)	С	0,5	—	4,0	0,5	95,0	—
13 (17)	С	11,8	—	5,9	—	82,4	—
14 (80)	Н	26,3	8,8	11,3	3,8	45,0	5,0
15 (44)	С	11,4	4,5	9,1	2,3	72,7	—
16 (20)	С	40,0	25,0	20,0	—	15,0	—
17 (44)	С	15,9	29,5	13,6	—	40,9	—
18 (29)	Р	48,3	20,7	10,3	—	17,2	3,4
19 (90)	С	18,9	15,6	17,8	3,3	44,4	—
20 (40)	С	30,0	40,0	5,0	—	22,5	2,5

Примечание: С — спорт / фитнес; Н — научпоп / документалистика; Р — развлекательный (неспортивный); прочерк — нулевое значение.

Рисунок 1 – Распределение макрокатегорий по 20 видео (%)

Сравнение тематических кластеров. Обобщённые данные по трём кластерам приведены на рисунке 2.

Макрокатегория	Спорт / фитнес (n = 784)	Научпоп (n = 730)	Развлекательный (n = 171)
Агрессия	22.5	26.2	37.0
Юмор	12.9	13.0	14.0
Инфообмен	14.0	14.2	22.5
Статус	5.7	8.1	8.4
Поддержка	42.1	33.1	12.4
Эмоц. разрядка	2.8	2.4	3.3

Рисунок 2 – Средние доли макрокатегорий по трём кластерам (%)

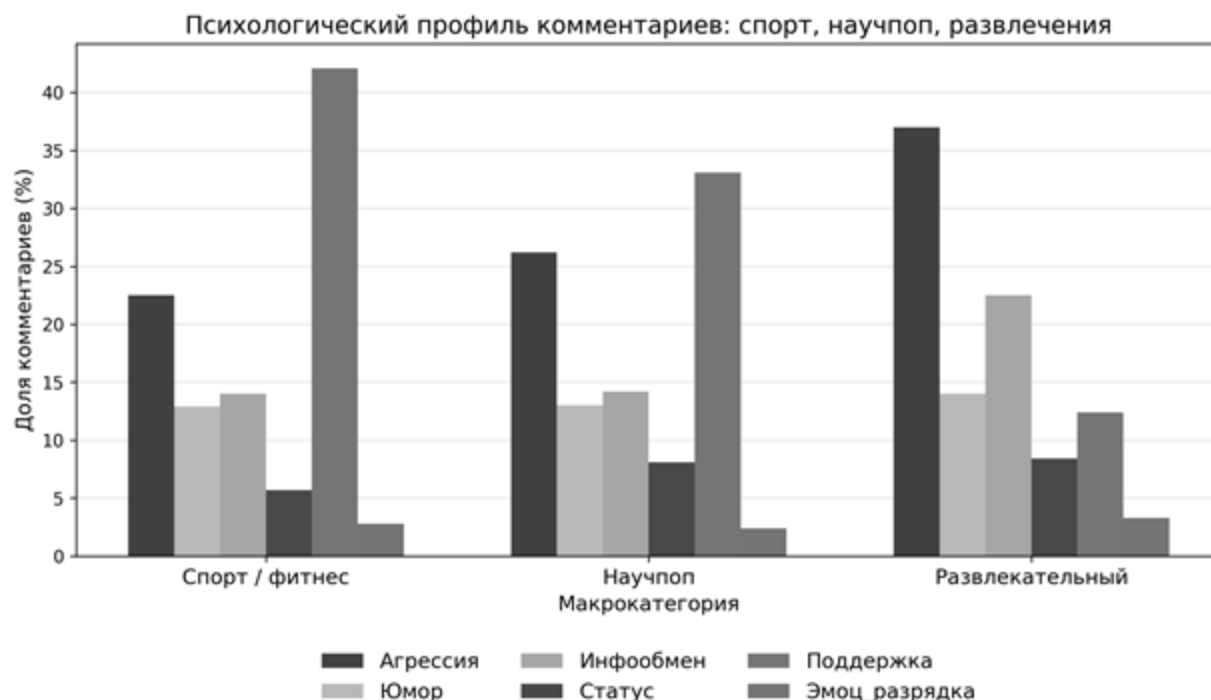


Рисунок 3 – Столбчатая диаграмма средних долей макрокатегорий для каждого кластера

Корреляционный анализ. Коэффициент ранговой корреляции Спирмена между долями агрессии и поддержки по 20 видео составил $\rho = -0,83$ ($p < 0,001$). Обнаруженная сильная отрицательная связь означает, что рост агрессии вытесняет позитивные формы коммуникации.

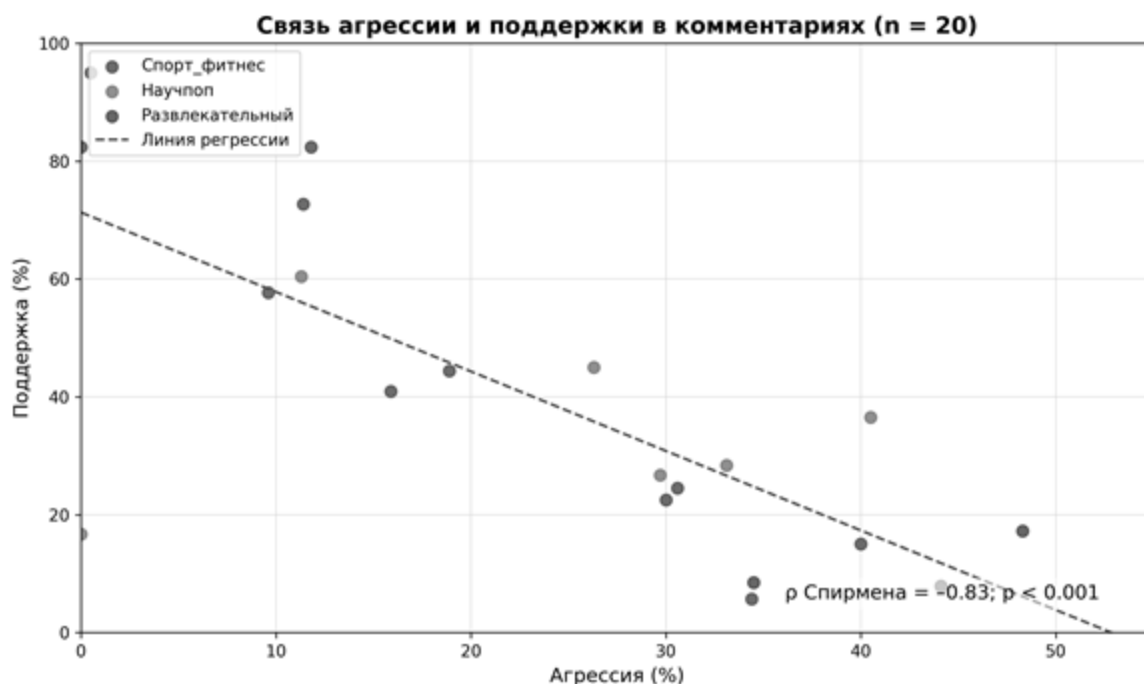


Рисунок 4 – Корреляционное поле «Агрессия vs Поддержка»

Психологические эффекты. Качественный анализ позволил выявить устойчивые феномены, представленные на рисунке 5.

Эффект	Спорт	Научпоп	Развлекательный
Онлайн-расторможенность	++	++	+++
Групповая поляризация	++	+	+++
Эффект «токсичного пузыря»	++	+	+++
Эффект «пузыря позитивности»	+++	+	-
Парасоциальные отношения	+++	++	+
Эмоциональное заражение	++	++	++
Эффект свидетеля	+	+	++
Фундаментальная ошибка атрибуции	+++	+	+
Конспирологическое мышление	+	++	-

*Условные обозначения: +++ выражен сильно, ++ умеренно, + слабо, - отсутствует.

Рисунок 5 – Психологические эффекты и их проявление по кластерам

Обсуждение

Полученные результаты показывают, что ключевым фактором, связанным с уровнем киберагрессии, является тематика видео. Спортивно-фитнес контент, даже будучи личностно-ориентированным, содержит значительно меньше агрессии (22,5 %) и больше поддержки (42,1 %), чем неспортивные развлекательные форматы (37 % и 12,4 % соответственно). Вероятно, сама спортивная тема задаёт определённые рамки: зрители обсуждают методики, результаты, форму, что оставляет меньше пространства для чистого хейта. Напротив, неспортивный развлекательный контент, где обсуждаются социальные или провокационные темы, провоцирует максимальную поляризацию и агрессию.

Сильная отрицательная корреляция между агрессией и поддержкой ($r = -0,83$) подтверждает, что агрессивная среда не просто дополняется позитивом, а активно его вытесняет. Практически это означает, что снижение агрессии через модерацию может автоматически повысить долю конструктивных комментариев.

Среди психологических механизмов выделяется эффект «токсичного пузыря»: вокруг отдельных персон формируется устойчивое негативное восприятие любого контента с их участием. Фундаментальная ошибка атрибуции (приписывание успехов «химии») оказалась особенно характерна для спортивного кластера, что объясняется спецификой обсуждаемых тем.

Ограничения исследования связаны с одной платформой и ограниченным числом неспортивных развлекательных видео; дальнейшие исследования должны расширить выборку в этом направлении.

Заключение

Уровень киберагрессии в комментариях ВКонтакте тесно связан с тематикой видео: спортивно-фитнес контент генерирует умеренную агрессию и высокую поддержку, неспортивный развлекательный контент — максимальную агрессию при минимальной

поддержке. Основные психологические механизмы — онлайн-расторженность, групповая поляризация и эффект «токсичного пузыря». Практические рекомендации включают развитие культуры конструктивной обратной связи и активную модерацию.

Библиография

1. Anderson C. A., Bushman B. J. Human aggression // *Annual Review of Psychology*. 2002. Vol. 53. P. 27-51.
2. Anderson C., Huesmann L. Human aggression: A social-cognitive view // Sage Publications. 2003. DOI: 10.4135/9781848608221.N12.
3. Bovina I., Dvoryanchikov N. Online and Offline Behavior: Does one Predict Another? // *Cultural-Historical Psychology*. 2020. DOI: 10.17759/chp.2020160410.
4. Burgess J., Green J. YouTube: Online Video and Participatory Culture. 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2018. 180 p.
5. D'Agata M. T., Kwantes P. Personality Factors Predicting Disinhibited and Risky Online Behaviors // *Journal of Individual Differences*. 2020. DOI: 10.1027/1614-0001/a000321.
6. Kowalski R. M., Limber S. P., Agatston P. W. Cyberbullying: Bullying in the Digital Age. 2nd ed. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2012. 282 p.
7. Rösner L., Krämer N. C. Verbal venting in the social web: Effects of anonymity and group norms on aggressive language use in online comments // *Social Media + Society*. 2016. Vol. 2, No. 3. DOI: 10.1177/2056305116664220.
8. Suler J. The online disinhibition effect // *CyberPsychology & Behavior*. 2004. Vol. 7, No. 3. P. 321-326. DOI: 10.1089/1094931041291295.
9. Wen R., Miura A. Online Disinhibition: Reconsideration of the Construct. 2021. DOI: 10.31234/osf.io/64p8h.

Cyberaggression in Comments to VK Videos: The Role of Content and Psychological Mechanisms

Nikolai V. Zhulebin

Postgraduate Student,
Faculty of General and Clinical Psychology,
Moscow International Academy,
115184, 25, Novokuznetskaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: Zhulebin@mail.ru

Abstract

The article presents the results of an empirical study of the psychological content of comments to 20 videos on the VK Video platform (N = 1661). Using the author's two-level classification, six macro-categories of communicative intentions are identified: aggression and devaluation, humor and irony, information exchange, status dominance, support and affiliation, emotional release. It is shown that the share of aggression varies from 0 to 48.3% depending on the video theme. Sports and fitness content demonstrates moderate aggression (M = 22.5%) with high support (M = 42.1%), popular science videos — a comparable level of aggression (M = 26.2%), and non-sports entertainment content — maximum aggression (M = 37.0%) with minimal support (M = 12.4%). A strong negative correlation between the shares of aggression and support was found (Spearman's $\rho = -0.83$; $p < 0.001$). Qualitative analysis revealed a number of psychological effects: online disinhibition, group polarization, the "toxic bubble" effect, and others. Practical implications for the moderation of online communities are discussed.

For citation

Zhulebin N.V. (2026) Kiberagressiya v kommentariyakh k video VKontakte: rol' kontenta i psikhologicheskie mekhanizmy [Cyberaggression in Comments to VK Videos: The Role of Content and Psychological Mechanisms]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 15 (4A), pp. 86-92. DOI: 10.34670/AR.2026.61.37.012

Keywords

Cyberaggression, online comments, social networks, psychological profile, content analysis, online disinhibition, group polarization, cyberbullying, psychology of online communication.

References

1. Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2002). Human aggression. *Annual Review of Psychology*, *53*, 27-51.
2. Anderson, C., & Huesmann, L. (2003). Human aggression: A social-cognitive view. *Sage Publications*. DOI: 10.4135/9781848608221.N12
3. Bovina, I., & Dvoryanchikov, N. (2020). Online and Offline Behavior: Does one Predict Another? *Cultural-Historical Psychology*. DOI: 10.17759/chp.2020160410
4. Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online Video and Participatory Culture* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.
5. D'Agata, M. T., & Kwantes, P. (2020). Personality Factors Predicting Disinhibited and Risky Online Behaviors. *Journal of Individual Differences*. DOI: 10.1027/1614-0001/a000321
6. Kowalski, R. M., Limber, S. P., & Agatston, P. W. (2012). *Cyberbullying: Bullying in the Digital Age* (2nd ed.). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
7. Rösner, L., & Krämer, N. C. (2016). Verbal venting in the social web: Effects of anonymity and group norms on aggressive language use in online comments. *Social Media + Society*, *2*(3). DOI: 10.1177/2056305116664220
8. Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, *7*(3), 321-326. DOI: 10.1089/1094931041291295
9. Wen, R., & Miura, A. (2021). *Online Disinhibition: Reconsideration of the Construct*. DOI: 10.31234/osf.io/64p8h